

# **BAB III**

## **TINJAUAN TEORI TENTANG SISTEM**

### **PELAYANAN DALAM ISLAM**

#### **A. Pengertian Sistem Pelayanan**

##### **1. Pengertian Sistem Pelayanan**

Sistem pelayanan menurut arti kata, sistem adalah cara teratur untuk melakukan sesuatu.<sup>1</sup> Sistem pelayanan umum sebenarnya merupakan satu kesatuan faktor yang dibutuhkan dalam terselenggaranya suatu pelayanan umum. Sistem pelayanan umum ini terdiri atas empat faktor: pertama sistem prosedur dan metode yaitu dalam pelayanan umum perlu adanya sistem informasi, prosedur dan metode yang mendukung kelancaran dalam memberikan pelayanan. Kedua, personil terutama ditekankan pada perilaku aparatur, dalam pelayanan umum aparatur pemerintah selaku personil pelayanan harus profesional, disiplin dan terbuka terhadap kritik dari pelanggan atau masyarakat. Ketiga, sarana dan prasarana dalam pelayanan umum diperlukan peralatan dan ruangan kerja serta fasilitas pelayanan umum misalnya: ruang tunggu, tempat parkir yang memadai. Keempat, masyarakat sebagai pelanggan dalam pelayanan umum masyarakat umum masyarakat sebagai pelanggan sangatlah heterogen baik tingkat pendidikan maupun perilakunya.<sup>2</sup>

Dalam kamus bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan merupakan suatu hal, cara, atau hasil pekerjaan melayani. Sedangkan melayani adalah menyugahi (orang)

---

<sup>1</sup> W. J. S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1976), h. 889.

<sup>2</sup> <http://ut.ac.id/htm/suplemen/ipem/akses> 2007.

dengan makanan, minuman, menyediakan keperluan orang, mengiyakan, menerima, dan menggunakan.<sup>3</sup>

Sementara Sampara (dalam L.P Sinembela) menyatakan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.<sup>4</sup>

Pelayanan adalah suatu proses kepada orang lain dengan cara tertentu memerlukan kepekaan agar terciptanya kepuasan dan keberhasilan.<sup>5</sup>

Menurut Philip Kotler “pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan satu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik”.<sup>6</sup>

Pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau program kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.<sup>7</sup>

Moenir mengemukakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan, agar hasil akhir memuaskan pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.<sup>8</sup>

---

<sup>3</sup> Sinembela, *Reformasi Pelayanan Publik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 5.

<sup>4</sup> *Ibid.*

<sup>5</sup> Ahmad Tjahjono, *Perpajakan Indonesia*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2003), h. 345.

<sup>6</sup> Boediono, *Pelayanan Prima Perpajakan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), h. 11.

<sup>7</sup> M. Nurrianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Perbankan Syariah*, (Bandung CV. Afabeta, 2010), Cet. ke -1, h. 211.

<sup>8</sup> Moenir, *Manajemen Pelayanan Publik*, ( Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 27.

Berdasarkan beberapa teori di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan atau proses yang berlangsung secara berkesinambungan atau terus menerus dalam interaksi antara seorang dengan orang lain dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Menurut Kasmir, untuk meningkatkan citra perusahaan, wirausahawan perlu menyiapkan sumber daya manusia (karyawan) yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan pelanggan disebut *customer service* (CS) atau ada juga yang menyebutnya *service assistance* (SA).<sup>9</sup>

Berdasarkan pendapat di atas, dapat dijelaskan bahwa pelayanan sangat memegang peranan penting dalam membangun citra positif bagi sebuah perusahaan khususnya yang berkaitan dengan pelayanan jasa. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka akan memberikan dampak positif bagi kemajuan perusahaan itu sendiri.

Sebagaimana dikemukakan oleh Kotler bahwa ada enam pendekatan untuk meningkatkan pelayanan yakni sebagai berikut:<sup>10</sup>

- a. Mengharuskan para penyedia jasa bekerja lebih keras dengan keahlian yang lebih tinggi.  
Bekerja lebih keras bukanlah merupakan pemecahan yang tepat, tetapi bekerja dengan keahlian yang tinggi, yang dapat dilakukan melalui prosedur, seleksi dan pelatihan yang baik.
- b. Meningkatkan pelayanan dengan melepaskan beberapa mutu.
- c. Mengindustrialisasikan pelayanan dengan menambahkan peralatan dan melakukan standarisasi produksi.
- d. Mengurangi pelayanan dengan melakukan suatu pemecahan produk.

---

<sup>9</sup> Kasmir, *Kewirausahawan*, (Jakarta: Bumi Aksara. 2008), h. 275.

<sup>10</sup> Philip Kotler, *op.cit.*, h. 50.

- e. Mendesain pelayanan yang lebih efektif.
- f. Memberikan konsumen insentif dengan menukarkan pekerjaan yang biasa dilakukan oleh karyawan perusahaan untuk dikerjakan sendiri.

Untuk menarik pelanggan dan mempertahankan pelanggan lama, suatu perusahaan harus mengadakan pelayanan dengan baik dan teratur. Hal tersebut perlu dilakukan oleh suatu perusahaan, karena sikap pelanggan adalah dinamis jika ia menyukai barang atau jasa dari suatu perusahaan dan berhak menentukan pilihan yang cocok bagi mereka. Budaya pelayanan yang harus dikembangkan dalam setiap organisasi harus meliputi dua tingkatan, yaitu:<sup>11</sup>

- a. Pelayanan yang harus diperhatikan:

Kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Empathy*), bukti fisik (*Tangibles*).

- b. Nilai-nilai dasar yang harus dimiliki setiap anggota:

- 1) Nilai kejujuran (*Honesty*), hal ini tidak terbatas kebenaran dalam melakukan tugas, tetapi mencakup cara yang terbaik dalam melakukan bisnis.
- 2) Tanggap atau hormat (*Respect*), rasa hormat dibutuhkan dalam interaksi diantara *steck holder* (konsumen, karyawan, pemasok, dan dengan mitra bisnis).
- 3) Nilai kegembiraan (*Happiness*), ini harus dimiliki oleh para pegawai dengan harapan kegembiraan yang dimiliki para pegawai tersebut akan menimbulkan pelayanan yang memuaskan.
- 4) Nilai kerjasama (*Teamwork*), merupakan aktivitas yang bertujuan untuk membangun kekuatan-kekuatan atau sumber daya yang dimiliki oleh masing-masing anggota.

---

<sup>11</sup> Burhanuddin Abdullah, *Budaya Kerja Perbankan*, (Jakarta: LP3ES, 2006), Cet. Ke-1, h. 148-151.

5) Nilai kemauan (*Willingness*), disini menunjukan kepada kemauan dan kerelaan untuk melakukan tugas dan tanggung jawab dalam kerangka pemikiran untuk memuaskan konsumen.

## **2. Dasar-dasar pelayanan**

Suatu pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap karyawan telah dibekali dasar-dasar pelayanan. Berikut ini akan dijelaskan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang karyawan, yaitu:

a. Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih.

Di sini karyawan harus mengenakan busana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik dan juga harus berpakaian necis tidak kumal, terkesan pakaian yang digunakan benar-benar memikat konsumen. Gunakan pakaian seragam jika petugas telah diberikan pakaian seragam sesuai waktu yang telah ditetapkan.

b. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum.

Karyawan harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani pelanggan karyawan haruslah murah senyum dengan raut wajah yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.

c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal.

Pada saat konsumen atau pelanggan datang karyawan harus segera menyapa dan kalau sudah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan Bapak/Ibu, apa yang kami dapat bantu.

d. Tenang, sopan, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.

Usahakan pada saat melayani pelanggan dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap menghormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan pelanggan.

- e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.

Dalam berkomunikasi dengan pelanggan gunakan bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula. Suara yang digunakan harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh nasabah.

- f. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.

Pada saat pelanggan sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarkan kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan pelanggan. Seandainya terjadi sesuatu usahakan jangan berdebat.

- g. Mampu meyakinkan pelanggan atau nasabah serta memberikan kepuasan. Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan pelanggan dengan argumen-argumen yang masuk akal.

- h. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan. Artinya jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh karyawan, maka harus meminta bantuan kepada petugas lain yang mampu.

Adapun larangan dalam memberikan pelayanan secara umum dilakukan oleh berbagai perusahaan antara lain:<sup>12</sup>

- a. Dilarang berpakaian sembarangan.
- b. Dilarang melayani pelanggan atau tamu sambil makan.
- c. Dilarang melayani konsumen atau tamu sambil mengobrol.

---

<sup>12</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 56.

- d. Dilarang menampakkan wajah yang tidak menyenangkan.
- e. Dilarang berdebat atau menyanggah.
- f. Dilarang meninggalkan nasabah.
- g. Dilarang berbicara terlalu keras dan lemah.
- h. Dilarang keras meminta imbalan atau janji-janji.

### **3. Kualitas pelayanan**

Budaya adalah segala nilai, pemikiran, serta simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan serta kebiasaan seseorang dalam masyarakat. Pencipta budaya adalah seorang pemimpin, setiap pemimpin mempunyai visi dan misi tertentu yang kemudian disebarkan kepada karyawan. Seorang pemimpin memberi contoh, kemudian diikuti oleh bawahan. Akhirnya kebiasaan-kebiasaan itu akan menjadi budaya jika semua mempraktekkannya baik pimpinan dan bawahannya.<sup>13</sup>

Pelayanan terbaik itu tidak terlepas dari faktor kepribadian seorang pemimpin sangat menentukan dalam menciptakan suasana yang lebih cair. Ia akan menciptakan pola kerja yang keras, tetapi dalam suasana yang cair, itulah suasana yang dibudayakan pada saat ini. Hal seperti ini akan menciptakan seorang karyawan yang bekerja keras luar biasa, namun dengan suasana yang cair, dan happy, bukan dalam suasana yang menakutkan dan mencekam.<sup>14</sup>

Jika perusahaan ingin selalu dianggap yang terbaik di mata pelanggannya, perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik. Pelayanan yang baik ini harus dapat dipenuhi oleh perusahaan sehingga keinginan pelanggan dapat diberikan secara maksimal.

---

<sup>13</sup> Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2003), Cet. Ke-1, h 59.

<sup>14</sup> *Ibid.*

Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan pelayanan yang sistematis dan komprehensif yang lebih dikenal dengan konsep pelayanan prima. LP. Sinabela mengemukakan bahwa secara teoritis, tujuan dari pelayanan pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. Untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari:<sup>15</sup>

- a. *Transparansi*, yakni pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
- b. *Akuntabilitas*, yakni pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan-undangan.
- c. *Kondisional*, yakni pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.
- d. *Partisipatif*, yakni pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam menyelenggarakan pelayanan publik dengan memperlihatkan aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat.
- e. Kesamaan hak, yaitu pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, status sosial, dan lain-lain.
- f. Keseimbangan hak dan kewajiban, yaitu pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan publik.

Selain peningkatan kualitas pelayanan melalui pelayanan prima, pelayanan yang berkualitas juga dapat dilakukan dengan konsep “layanan sepenuh hati”. Layanan sepenuh hati yakni yang berasal dari diri sendiri yang mencerminkan emosi, watak, keyakinan, nilai, sudut pandang, dan perasaan.

---

<sup>15</sup> Sinambela, *loc.cit.*, h. 6



Terdapat 5 determinan kualitas jasa yang dirincikan sebagai berikut:<sup>16</sup>

1) Keandalan (*Reability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

2) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Kesigapan karyawan perusahaan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap pada pelanggan saat dibutuhkan yang meliputi antara lain: kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, menangani keluhan pelanggan, dan lain-lain.

3) Keyakinan/ Jaminan (*Assurance*)

Meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap jasa yang disediakan secara cepat, kualitas keramah-tamahan dan kesopanan karyawan dalam memberikan pelayanan, ketrampilan dalam berkomunikasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam manfaat pelayanan jasa yang ditawarkan serta kemampuan mereka untuk menanamkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap perusahaan.

4) Empati (*Empathy*)

Merupakan perhatian secara individu yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dengan baik dan usaha perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.

---

<sup>16</sup> Philip Kotler, *loc.cit.*, h. 440.

#### 5) Berwujud (*Tangible*)

Meliputi penampilan berupa fasilitas fisik, meliputi bangunan gedung, perlengkapan, ruangan *front office*, tersedia tempat parkir yang luas dan nyaman, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan fasilitas komunikasi dan penampilan karyawan.

### **B. Tujuan dan Manfaat Sistem Pelayanan**

Berbagai aktivitas dalam perusahaan yang harus dikerjakan oleh manajer dan kelompok pelaksana tersebut memerlukan adanya pengatur dan pengatur itu adalah manajemen. Tujuan manajemen ini adalah mengubah sumber daya yang ada agar menjadi suatu hasil yang memiliki nilai untuk mencapai sasaran perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang melakukan bisnis dengan sukses biasanya selalu memiliki manajemen yang baik.<sup>17</sup>

Tujuan sistem pelayanan adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan dalam sektor publik didasarkan pada aksioma bahwa “pelayanan adalah pemberdayaan”.

Pada dasarnya setiap perbuatan yang baik tentu memiliki tujuan yang baik, sehingga akan memberikan manfaat yang baik pula. Di samping memiliki tujuan manajemen juga memberikan manfaat yang cukup banyak bagi perusahaan apabila dilakukan dengan sungguh-sungguh.

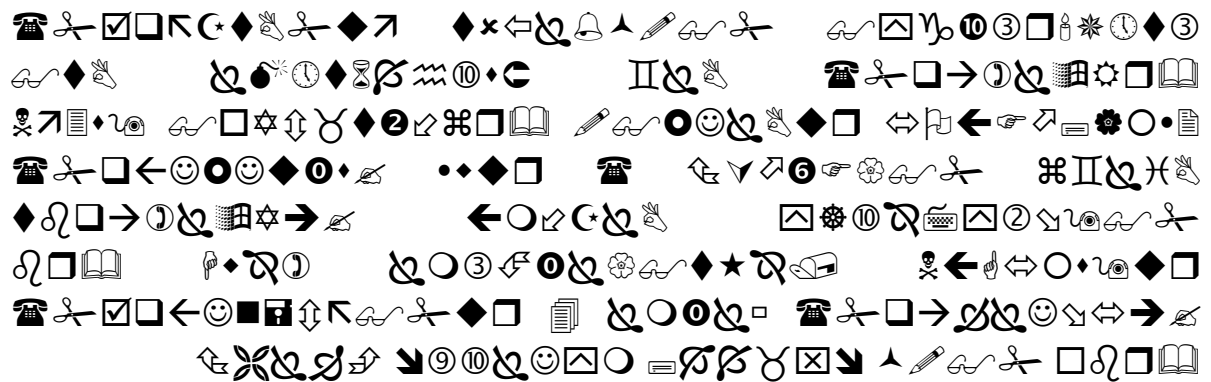
Suatu perusahaan yang berdiri tentu menginginkan usaha yang dijalankan dapat hidup terus-menerus tanpa dibatasi oleh waktu, hal ini merupakan salah satu tujuan didirikannya perusahaan. Dan itu dapat dilakukan dengan meningkatkan omset penjualan

---

<sup>17</sup> Pandji Anoraga, *loc.cit.*, h. 108.

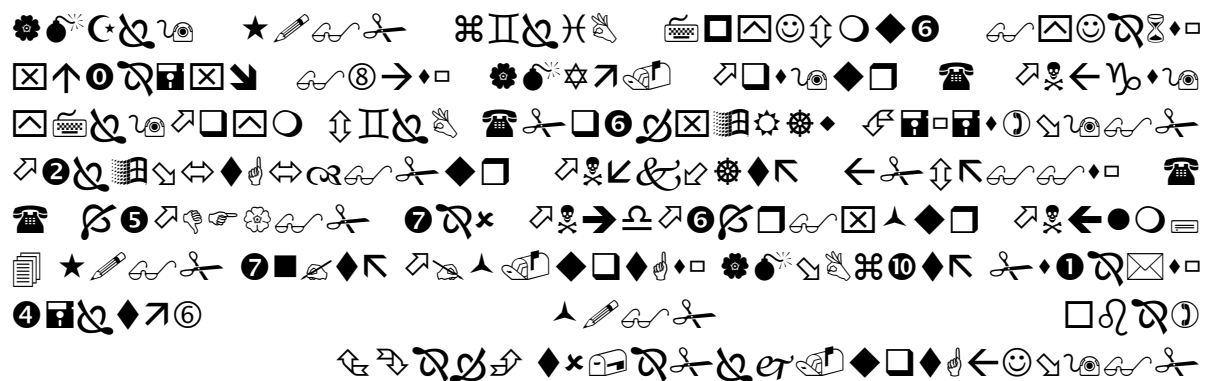


tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267:



Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji.” (QS. Al-Baqarah: 267)<sup>21</sup>

Al-Qur’an memerintahkan secara jelas agar kaum muslimin bersifat lemah lembut dan sopan santun manakala berbicara dan melayani pelanggan, karena baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses dan gagalnya bisnis yang dijalankan. Sebagaimana dijelaskan dalam surat Ali Imran ayat 159:

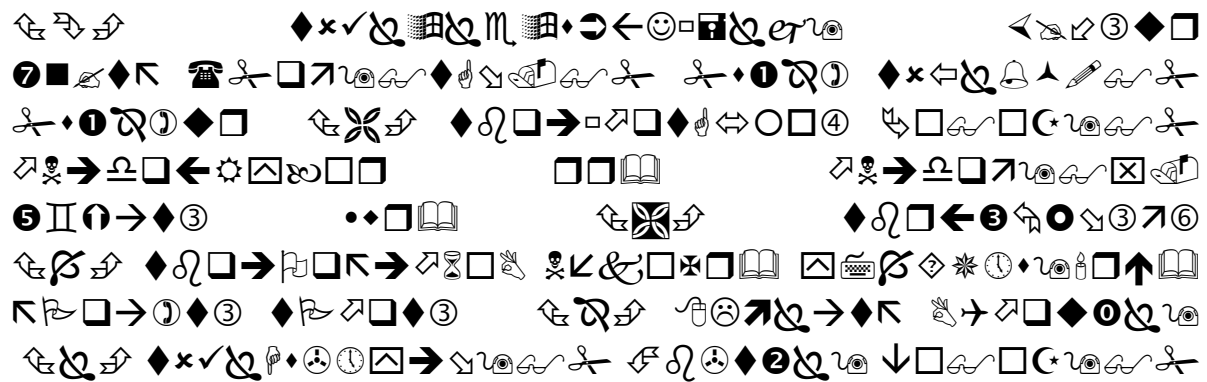


Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati keras, tentulah mereka

<sup>21</sup> Ibid., h. 35.

Ali Imran: 159)<sup>22</sup>

hal yang benar, sebagaimana firman Allah S.W.T dalam surat Al-Mutaffifin ayat 1-6:



Tuhan semesta alam.” (QS. Al-Mutaffifin: 1-6)<sup>23</sup>

<sup>22</sup> Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, *op.cit.*, h. 56.

<sup>23</sup> Depag RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, op.cit., h. 470.

